



Government
of Canada

Gouvernement
du Canada

The Textiles Market in Indonesia

June 1997

*(Également disponible en français sous le titre,
Le marché des textiles en Indonésie)*

Prepared by the
Team Canada Market Research Centre
and the
Canadian Trade Commissioner Service

© Department of Foreign Affairs and International Trade
(FaxLink no. 35617)

Canada

Report prepared by the Team Canada Market Research Centre
Market Support Division (TCM)
Department of Foreign Affairs and International Trade
125 Sussex Drive, Ottawa K1A 0G2
Fax: (613) 943-1103
E-mail: research.center@dfait-maeci.gc.ca

The Team Canada Market Research Centre produces a wide range of market reports by region and sector for Canadian exporters. These reports are available from:

- the FaxLink Domestic service (613-944-4500); and
- DFAIT's InfoExport Internet site (<http://www.infoexport.gc.ca>).

The Government of Canada has prepared this report based on primary and secondary sources of information. Readers should take note that the Government of Canada does not guarantee the accuracy of any of the information contained in this report, nor does it necessarily endorse the organizations listed herein. Readers should independently verify the accuracy and reliability of the information.

THE TEXTILES MARKET IN INDONESIA



Team Canada Inc • Équipe Canada inc

EXECUTIVE SUMMARY

Indonesia is currently transforming its economy into a newly industrialized country and represents one of the most dynamic economies in the Asia-Pacific region. The textile industry has also undergone an export-oriented shift, with exports continuing to increase 9% per annum. In 1996, imports constituted 30% of the total market and in 1995, Canadian exports to Indonesia totalled C\$7 million, or 0.3% of the total market share. With the recent development of the Indonesian fibre-making subsector, raw materials are in demand to supply upstream activities in the textile industry.

Canadian companies seeking entry into the Indonesian economy are required by law to appoint a local agent or partner who will assist in marketing Canadian products. Only Indonesian companies are permitted to engaged in import/export, wholesale and retail distribution activities. Canadian companies may establish a local representative office, but only with the permission of the Indonesian Department of Trade. Joint-venture partnerships are also permitted, but close scrutiny of the Indonesian partner is advised as partnership dissolution is difficult.

New customs procedures were enacted on April 1, 1997, which implemented a self-assessment procedure by importers of import duties and taxes and has resulted in some delays as the new system becomes more familiar. Business visas are required for Canadian business visitors who are completing a commercial transaction; otherwise, a free visa may be obtained for Canadian business visitors who are investigating business opportunities.

TABLE OF CONTENTS

EXECUTIVE SUMMARY	iii
MARKET OVERVIEW	1
PRIVATE SECTOR CUSTOMERS AND CHANNELS OF DISTRIBUTION	3
Distribution channels	3
PUBLIC SECTOR CUSTOMERS	5
Government organizations	5
MARKET ACCESS CONSIDERATIONS	5
Import regulations	5
Local standards, certificates or registrations needed	5
Visa Requirements	6
Language Requirements	6
PROMOTIONAL VENUES	6
KEY CONTACTS AND SUPPORT SERVICES	7

THE TEXTILES MARKET IN INDONESIA



Team Canada Inc - Équipe Canada inc

MARKET OVERVIEW

Indonesia is one of the most dynamic economies in the Asia-Pacific region. It has progressed from a closed, introspective and restrictive economy, to an increasingly international, open and assertive "newly industrialized" state in the fast growing Asia-Pacific region. Indonesia is committed to economic deregulation and policy reforms which are intended to attract foreign and domestic investment. This country of 200 million inhabitants has enjoyed an unbroken record of stable economic growth over the last 25 years, and this trend is expected to continue with an average 6% annual growth in GDP.

Indonesia's textile industry is one of the country's most progressive economic sectors, providing employment for 1.1 million people. The industry embarked on an ambitious export drive in the early 1980's, which resulted in a rapid increase in exports, making the industry Indonesia's second largest foreign exchange earner. The national textile industry continues to grow at a rate of 9% per annum, with exports of primary textiles and textile products targeted to contribute US\$12 billion to Indonesia's total exports by 1998/99. However, while the volume of exports has increased in past years, depressed prices have caused a decline in export earnings which has dampened the prospects for the industry's future.

Table 1. Indonesian Textile Market (US\$ m)

	1993	1994	1995	1996
Total Local Production	10 139	10 233	11 249	12 267
Exports	6 063	5 652	6 064	6 432
Domestic Shipments	4 076	4 581	5 185	5 835
Imports	1 931	2 127	2 578	2 559
Total Market Size	6 007	6 708	7 763	8 394

Source: Directorate of Textile Industry, Ministry of Industry and Trade, 1997

Table 2. Total Number of Indonesian Textile Companies in 1995

Industry Sector	Number of Companies
Fiber Making	26
Yarn	174
Fabric	986
Garment	733
Other Textile Articles	502
Total	2 421

Source: Directorate of Textile Industry, Ministry of Industry and Trade, 1997

In recent years, the fibre making subsector has developed due to the availability of raw materials. This subsector produces a variety of fibres, including polyester staple fibre and filament yarns, nylon filament, rayon staple and acrylic staple yarns, supplying the upstream activities in the textile industry.

Canadian textile exports to Indonesia are rather small, amounting to C\$7 million in 1995. The largest Canadian export at this time is artificial filament tow, which accounted for roughly 80% of Canadian exports to the market.

Table 3. Indonesian Textile Imports (C\$)

	1994	1995
Canada	3 893 229	7 018 698
United States	322 452 713	497 927 501
World	2 356 288 996	2 581 494 921

Source: Indonesian Textile Association, *Facts and Figures No. 24/96*

One area of opportunity for Canadian exporters is supplying raw materials. The following is a list of textile yarns which are imported into Indonesia and are expected to be in demand during the next few years:

- ! High tenacity yarn of nylon for tire cord manufacturing purposes (HS5902);
- ! Textured yarn of polyesters (HS5402);
- ! Multiple yarn less than 67 decitex of cellulose acetate (HS5403);

- ! Sewing thread containing more than 85% synthetic staple fibre (HS5206);
- ! Single yarn of viscose containing more than 85% artificial staple fibre (HS5510); and
- ! Viscose rayon yarn, untwisted or with a twist less than 120 turn/m (HS5403).

There are specialty yarns which are not produced locally due to low profitability and economies of scale. These yarns are used mainly for high quality, soft and delicate woven or knitted fabrics. Other specialty yarns that are likely to be in demand include micro filament, blend yarn and long stapled cotton yarn.

Table 4. Total Indonesian Import Market in 1995 (C\$)

Country	Value	Market Share (%)
Korea	516 833 098	20.0
United States	497 927 501	19.3
Taiwan	359 485 403	13.9
Japan	247 128 224	9.6
Australia	217 080 426	8.4
China	85 717 931	3.3
Hong Kong	75 037 146	2.9
Germany	57 655 316	2.2
Thailand	27 425 996	1.1
Canada	7 018 698	0.3

Source: Indonesian Textile Association, *Facts and Figures No. 24/96*

PRIVATE SECTOR CUSTOMERS AND CHANNELS OF DISTRIBUTION

Distribution channels

Indonesian law requires Canadian companies to appoint a local agent or partner for any marketing activity because import/export, wholesale and retail distribution activities are reserved solely for Indonesian companies. The one exception to the rule is foreign investors importing raw materials for use in manufacturing, but they may not distribute their product in the domestic market.

Foreign companies may open and maintain a local representative office with the permission of the Department of Trade. The representative may be an Indonesian company or individual, or a foreign national, but only one trade office is permitted.

These representatives are not allowed to engage in direct sales, but may conduct sales promotion and marketing, or market research and technical advice. In many instances, representative offices of foreign companies have established close connections with Indonesian national importers, allowing the two companies to operate virtually as one, with the Indonesian company acting as distributor, and the foreign company promoting the products and providing technical support.

Another option is to hire a local sales agent. The services of an aggressive, active agent are an important means of expanding sales in Indonesia. For practical reasons, companies have found a local agent crucial for building business in Indonesia since the most effective have good contacts among senior management and decision makers. The primary difference between an agent and a representative office is that the agent is allowed to perform all trade activities and is allowed to have several offices throughout Indonesia.

Establishing a joint venture is another way to enter the Indonesian market. Since 1994, the rules regarding joint ventures have been relaxed to allow more foreign ownership, which permits a company to maintain greater control over their products. If a company plans on using this strategy to enter the market, then the choice of an Indonesian partner to form a joint venture is a crucial decision. First, a partner can be relied on for knowledge of the local scene and contacts, something that is important for successful operations in the country. Second, a partnership in Indonesia is very difficult to dissolve, so the choice of partners must be the correct one.

Exporter success in the Indonesian market depends upon convincing potential clients of their long-term commitment and product's price competitiveness. This means launching a steady stream of visits to potential clients to develop personal rapport. As well, a firm might want to consider undertaking small and marginally profitable work initially in order to gain a better understanding of the market and to heighten its local profile. A critical aspect of a product's successful penetration into the market is customer support. Foreign firms face difficulties in providing this support due to the cost and distance involved. However, if an Indonesian client is assured of prompt after-sales support and assistance then the company can expect to receive good local support.

PUBLIC SECTOR CUSTOMERS

Government organizations

Companies interested in competing for Asian Development Bank contracts should contact the Asian Development Bank Liaison Unit at the Trade Section of the Canadian Embassy in Manila, Philippines to register their organization at the Bank. Asian

Development Bank officers will consult this registrar when developing a list for individual projects.

A subscription should also be obtained to the Asian Development Bank publication, *Business Opportunities*. This is a monthly publication which provides information about upcoming loan and technical assistance projects.

MARKET ACCESS CONSIDERATIONS

Import regulations

Import duty is calculated based on the effective price contained in the examination report produced by the private surveyor, and is assessed under the harmonized system (HS Code). Duty is based on the c.i.f. value or on specific net weight or volume, and these prices are checked by the surveyor by comparing them with the average price in the country of origin.

Manufacturers can import materials freely. However, grey yarn is subject to an import duty of 15% plus 10% VAT, and finished yarn is subject to a 20% import duty plus VAT.

Local standards, certificates or registrations needed

On April 1, 1997, new customs procedures replaced the preshipment inspection of imports which had been carried out since mid-1985 by private Swiss surveying company, Société Générale de Surveillance (SGS) and State-owned PT Surveyor Indonesia.

The Directorate General of Customs and Excise resumed its inspection authority and implemented new customs procedures which involve self-assessment of import duties and taxes by importers, selective on-arrival inspection and post-release audits. The system is experiencing a few delays and problems at present as importers, banks, customs brokers adjust to new customs declarations and the requirements of a new electronic data interchange (EDI) system.

Visa Requirements

Business visitors from Canada may obtain free visas upon arrival in Indonesia. They must possess a return airline ticket and must not remain in the country for more than two months. A free visa is restricted to business visitors who are investigating investment and trade opportunities and participating in business discussions.

A regular business visa is applicable for business visitors completing commercial transactions or performing professional or technical services and is valid for up to 35 days, and is available from the Indonesian Embassy in Canada.

Language Requirements

There are at least 250 languages and dialects spoken in Indonesia, but the official language is Bahasa Indonesia, which is understood by the majority of the population. English is spoken by the members of the business community that have frequent international contacts.

PROMOTIONAL VENUES

Table 5. Trade Shows

Event/Venue	Organizer
BANDUNG TEX Bandung International Textile and Garment Machinery Husein Sastranegara Airforce Base Bandung, Indonesia Next Show: July 3-7, 1997 Annual international trade show open to traders and the public showing textile and garment machinery and accessories.	PT Peraga Nusantara Jaya Sakti Jl.P Jayakarta 141, Blok B/9 Jakarta 10730, Indonesia Telephone: (62-21) 649-3717, 649-3727 Facsimile: (62-21) 639-0062
INDO TEXTILE Husein Sastranegara Airforce Base Bandung, Indonesia Next Show: July 4-7, 1997 Annual international trade show open to traders and the public showing textile, apparel, fabrics, underwear, home textiles and accessories.	PT Peraga Nusantara Jaya Sakti Jl.P Jayakarta 141, Blok B/9 Jakarta 10730, Indonesia Telephone: (62-21) 649-3717, 649-3727 Facsimile: (62-21) 639-0062

KEY CONTACTS AND SUPPORT SERVICES

Industry and Professional Associations

Asosiasi Pertekstilan Indonesia - API
(Indonesian Textile Association)
Adigraha Building, 16th Floor
Jl. Jendral Gatot Subroto
Jakarta, Indonesia
Telephone: (62-21) 527-2171
Facsimile: (62-21) 527-2166

Asosiasi Produsen Synthetic Fiber Indonesia - APSyFI
(Indonesian Synthetic Fibers Producers Association)
Jl. Raya Kebayoran Lama No. 33
Jakarta Selatan, Indonesia
Telephone: (62-21) 530-5414/5415
Facsimile: (62-21) 530-5415
(APSyFI issues a monthly publication called "ISF")

Asosiasi Sektoral Kebersamaan Pemintalan - SEKBERTAL
(Association of Spinning Sector)
Jl. Iskandarsyah II No. 90
Jakarta Selatan, Indonesia
Telephone: (62-21) 720-6163
Facsimile: (62-21) 725-1087

Federation of Indonesian Textile Industries - FITI
Jl. Iskandarsyah II No. 90
Jakarta Selatan, Indonesia
Telephone: (62-21) 720-6163
Facsimile: (62-21) 725-1087

Gabungan Importir Nasional Seluruh Indonesia (GINSI)
(Association of All Indonesian National Importers)
Bank Niaga Building, 1st Floor
Jl. MH Thamrin No. 55
Jakarta 10350, Indonesia
Telephone: (62-21) 391-1057/1058/1059
Facsimile: (62-21) 391-1060

Indonesia Canada Chamber of Commerce (ICCC)
c/o P. T. Budhi Nusa
Djajanti Plaza, 6th Floor
Jalan H. Fachrudin No. 19
Jakarta 10250, Indonesia
Telephone: (62-21) 390-7001
Facsimile: (62-21) 390-8863

Indonesian Chamber of Commerce and Industry
Textiles Department
Chandra Building, Jl. MH Thamrin 20
Jakarta 10350, Indonesia
Telephone: (62-21) 310-1885/1885
Facsimile: (62-21) 315-0241/4549

Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN)
(Indonesian Chamber of Commerce and Industry)
Jl. M. H. Thamrin 20
Jakarta Pusat, Indonesia
Telephone: (62-21) 310-1885/1885
Facsimile: (62-21) 315-0241/4549

Canadian and International Financial Institutions

There are no Canadian banks in Indonesia. However, major Canadian banks have well established links with local institutions via regional offices in Singapore, and play an important role in short-term trade finance in support of exports.

Asian Development Bank
BRI II Building, 7th Floor, Suite 506
Jl Jendral Sudirman Kav. 44-46
Jakarta, Indonesia
Telephone: (62-21) 251-2721
Facsimile: (62-21) 251-2749

Asian Development Bank
Consulting Services Division
6 ADB Avenue
Mandaluyong, Metro Manila
Manila, Philippines 1401
Telephone: (632) 632-4444
Facsimile: (632) 636-2444
(For subscription to Asian Development Bank
Business Opportunities contact the Subscriptions,
Information Office, at the above address.
Subscription cost: US\$100 for 12 months;
US\$160 for 24 months)

Indonesian Government Contacts

Indonesian Embassy in Canada
287 MacLaren Street
Ottawa, Ontario K2P 0L9
Telephone: (613) 236-7403
Facsimile: (613) 232-0635

Directorate for Textile Industry
Directorate General for Multivarious Industries
Ministry of Industry and Trade
Jl. Jenderal Gatot Subroto 52-53
Telephone: (62-21) 525-4042
Facsimile: (62-21) 527-3616

Department of Industry and Trade
Director General of International Trade
Jl. Moh. Ridwan Rais No. 5
Jakarta Pusat, Indonesia
Telephone: (62-21) 386-0940
Facsimile: (62-21) 385-8191

Agent/Distributor Directories

Information on locating an agent or distributor can be found in the following publications:

Directory on Indonesian State-Owned Companies
(BUMN)
Available from: PT Capricorn Indonesia Consult
Inc.
(CIC Consulting Group)
Jalan Raden Saleh No. 46
Jakarta 10330, Indonesia
Telephone: (62-21) 314-7433, 314-7434
Facsimile: (62-21) 310-1505, 310-3488
Price: \$US400
Publication contains descriptions of activities by
state-owned companies (BUMN) which are
permitted to import regulated products.

Investment Coordinating Board (BKPM)
Available at: Bureau of Domestic Promotion
Jalan Jenderal Gatot Subroto Kav 44
Jakarta Selatan, Indonesia
Telephone: (62-21) 525-5284
Facsimile: (62-21) 525-4945
Publications: Guide for Investment, Regulations
on Foreign Direct Investment, Investment
Procedures In Indonesia. (Free of charge)

Standard Trade and Industry Directory of
Indonesia
Available from: Kompas Indonesia
(KOMPASSINDO)
Jalan Hayam Wuruk 4 SX-TX
P.O. Box 4556
Jakarta 10045, Indonesia
Telephone: (62-21) 380-1909, 231-2121
Facsimile: (62-21) 384-5058
Price: US\$175

Importers/Distributors

P.T. Dua Mutiara
Lippo Plaza Building, 17th Floor
Jl. Jendral Sudirman Kav. 25
Jakarta Pusat, Indonesia
Telephone: (62-21) 520-2188
Facsimile: (62-21) 520-3488
Year Established: 1980
Number of Employee(s): 25
Line of business: Textiles

P.T. Gokak Indonesia
Kodel House, 8th Floor
Jl. H.R. Rasuna Said Kav. B-4
Jakarta Selatan, Indonesia
Telephone: (62-21) 522-1458
Facsimile: (62-21) 522-1515
Year Established: 1985
Number of Employee(s): 150
Line of business: Ready-made cloth, yarn

Gomenzo Textiles
Blok M PLaza, Level IV, Unit 436
Jl. Bulungan Raya 76
Jakarta 12160, Indonesia
Telephone: (62-21) 720-9325
Facsimile: (62-21) 720-9326
Year Established: 1990
Number of Employee(s): 20
Line of business: Yarn

C.V. Kunci Kencana
Cendrawasih Building, Blok C/24
Jl. P. Jayakarta 141
Jakarta Pusat, Indonesia
Telephone: (62-21) 600-8647
Facsimile: (62-21) 629-5667
Year Established: 1990
Number of Employee(s): 20
Line of business: Yarn

P.T. Milestone Superindo Garment
Ketapang Indah Comp.Blk B-1/12A-24
Jl. Zainul Arifin
Jakarta 11140, Indonesia
Telephone: (62-21) 629-8827
Fax: (62-21) 649-4247
Year Established: 1980
Number of Employee(s): 100
Line of business: Thread, yarn, fabric and textile
piece goods

Canadian Government Contacts

Canadian Embassy in Indonesia

Street address:

5th Floor, Wisma Metropolitan 1
Jalan Jendral Sudirman Kav 29,
Jakarta 12920, Indonesia

Mailing address:

P.O. Box 8324 / JKS.MP
Jakarta 12084, Indonesia
Telephone: (62-21) 525-0709
Facsimile: (62-21) 571-2251/570-1494

Department of Foreign Affairs and International Trade

Southeast Asia Division (PSE)

125 Sussex Drive

Ottawa K1A 0G2

Telephone: (613) 996-8187

Facsimile: (613) 944-1604

Department of Foreign Affairs and International Trade

Market Intelligence Division (TBS)

125 Sussex Drive

Ottawa K1A 0G2

Telephone: (613) 996-3535

Facsimile: (613) 943-8820

Canadian International Development Agency (CIDA)

200 Promenade du Portage

Hull, Quebec J8X 4B7

Telephone: (819) 997-5456

Facsimile: (819) 953-5469

Export Development Corporation

151 O'Connor Street

Ottawa K1A 9Z9

Telephone: (613) 598-2992

Facsimile: (613) 598-3098

READER EVALUATION

Please help the Team Canada Market Research Centre to produce market reports which meet your information needs by completing this evaluation form and returning it by fax (613) 943-1103. Thank you for your valuable input.

1. How did you obtain a copy of this market report?

- ☐ InfoCentre FaxLink system
☐ InfoCentre help line
☐ Local government office

- ☐ Government Internet site
☐ Other: _____

2. How would you describe this market report?

	Strongly agree	Agree	No opinion	Disagree	Strongly disagree
Useful	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Complete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Well organized	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Well written	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ideal length	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. In what form do you prefer to obtain these reports?

- ☐ Print ☐ Electronic

4. Based on the information in this report, what specific action(s) does your organization plan to take in this market? Check all that apply.

- ☐ Seek an agent/distributor ☐ Contact Canadian trade office abroad
☐ Visit the market ☐ Participate in a trade show abroad
☐ Do more research ☐ Nothing
☐ Other: _____

5. What other market reports would be of benefit to your organization? Please identify specific products and countries.

6. Which of the following categories best describes your organization? Check one only.

- ☐ Processor/manufacturer ☐ Government
☐ Trading house ☐ Student/academia
☐ Export service provider ☐ Consultant
☐ Industry/trade association ☐ Other: _____

7. What were your organization's total sales last year, in Canadian dollars?

- ☐ Less than \$10 million ☐ \$10 million to \$50 million
☐ More than \$50 million ☐ Not applicable

Additional comments/suggestions for improvement:

OPTIONAL — The name of your organization is: _____



Government
of Canada

Gouvernement
du Canada

Le marché des textiles en Indonésie

juin 1997

*(Also available in English under the title,
The Textiles Market in Indonesia)*

Préparé par
le Centre des études de marché d'Équipe Canada
et
le Service canadien des délégués commerciaux

© Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
(FaxLink n° 35617)

Canada

Rapport préparé par le Centre des études de marché d'Équipe Canada**Direction de l'appui aux marchés (TCM)****Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international****125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2****Télécopieur : (613) 943-1103****Courrier électronique : research.center@dfait-maeci.gc.ca**

Le Centre des études de marché d'Équipe Canada produit une vaste gamme de rapports par région et par secteur à l'intention des exportateurs canadiens. Ces rapports sont disponibles sur:

- le FaxLink national (613-944-4500); et
- le site Internet InfoExport du MAECI (<http://www.infoexport.gc.ca>)

Le gouvernement du Canada a préparé le présent rapport en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Aussi ce dernier ne garantit-il aucunement l'exactitude des renseignements qu'il contient pas plus qu'il n'appuie les organisations dont le nom y figure. Il appartient donc aux lecteurs de vérifier l'exactitude et la fiabilité des renseignements contenus dans le présent rapport.

LE MARCHÉ DES TEXTILES EN INDONÉSIE



Équipe Canada inc • Team Canada Inc

RÉSUMÉ

L'Indonésie a amorcé une réforme de son économie pour se constituer en nouveau pays industrialisé et représente l'une des économies les plus dynamiques de la région de l'Asie-Pacifique. Le secteur du textile s'est également tourné vers l'exportation, avec des ventes à l'étranger qui continuent de s'accroître de 9 % par an. En 1996, les importations constituaient 30 % du marché total et, en 1995, les exportations canadiennes vers l'Indonésie s'élevaient à 7 millions de dollars canadiens, ou 0,3 % de l'ensemble du marché. Du fait du récent développement du sous-secteur de la fabrication de fibres, il y a une demande de matières premières pour alimenter les entreprises en amont du secteur du textile.

Les entreprises canadiennes qui cherchent à pénétrer le marché indonésien sont tenues par la loi de désigner un agent ou un partenaire local qui les aideront à commercialiser des produits du Canada. Seules les entreprises indonésiennes sont autorisées à exercer des activités d'importation, d'exportation, de vente en gros et de vente au détail. Les entreprises canadiennes peuvent établir un bureau de représentation en Indonésie, mais uniquement avec l'autorisation du ministère du Commerce de ce pays. Les coentreprises sont également permises, mais il est sage de vérifier les antécédents du partenaire indonésien, car il est difficile de dissoudre une association.

De nouvelles formalités douanières ont été promulguées le 1^{er} avril 1997, lesquelles ont donné lieu à l'introduction d'une procédure d'autocotisation, par l'importateur, des droits et taxes à l'importation et occasionné des retards pendant la période où l'on se familiarisait avec le nouveau système. Un visa d'affaires est requis pour les gens d'affaires canadiens en visite pour conclure une transaction commerciale. Les gens d'affaires canadiens en visite pour étudier les occasions d'affaires peuvent obtenir un visa ouvert.

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ	iii
APERÇU DU MARCHÉ	1
CLIENTS DU SECTEUR PRIVÉ ET CIRCUITS DE DISTRIBUTION	3
Circuits de distribution	3
CLIENTS DU SECTEUR PUBLIC	5
Organisations gouvernementales	5
FACTEURS À CONSIDÉRER POUR ACCÉDER AU MARCHÉ	5
Règlements en matière d'importation	5
Normes, certificats et enregistrements locaux	5
Exigences relatives aux visas	6
Langues	6
ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES	7
PRINCIPAUX CONTACTS ET SERVICES DE SOUTIEN	8

LE MARCHÉ DES TEXTILES EN INDONÉSIE



Équipe Canada inc. • Team Canada Inc

APERÇU DU MARCHÉ

L'Indonésie est une des économies les plus dynamiques de la région de l'Asie-Pacifique. D'État caractérisé par une économie fermée, tournée vers l'intérieur et restrictive, l'Indonésie est devenue un État « nouvellement industrialisé », caractérisé par une économie de plus en plus tournée vers l'extérieur, ouverte et dynamique, dans la région de l'Asie-Pacifique en expansion rapide. L'Indonésie s'est engagée à procéder à la déréglementation de son économie et à des réformes stratégiques qui visent à attirer les investissements étrangers et locaux. Ce pays de 200 millions d'habitants affiche depuis vingt-cinq ans une croissance économique stable, et l'on prévoit que cette tendance se maintiendra, avec une croissance annuelle moyenne de 6 % du PIB.

Le secteur indonésien du textile est un des secteurs économiques les plus

Tableau 1. Marché du textile en Indonésie (en millions de dollars US)

	1993	1994	1995	1996
Total de la production locale	10 139	10 233	11 249	12 267
Exportations	6 063	5 652	6 064	6 432
Livraisons intérieures	4 076	4 581	5 185	5 835
Importations	1 931	2 127	2 578	2 559
Valeur totale du marché	6 007	6 708	7 763	8 394

Source : Directorate of Textile Industry, Ministry of Industry and Trade, 1997.

progressistes du pays; il emploie 1,1 million de personnes. Le secteur s'est lancé, au début des années 80, dans une ambitieuse campagne de promotion des exportations, qui s'est traduite par une hausse rapide des exportations. Il est aujourd'hui la deuxième ressource de l'Indonésie en devises étrangères. Le secteur indonésien du textile continue de croître de 9 % par an, avec des ventes à l'étranger de textiles primaires et de produits textiles qui devraient apporter 12 milliards de dollars américains dans le chiffre total des exportations indonésiennes d'ici 1998-1999. Cependant, bien que le volume des exportations ait augmenté ces dernières années, les prix en baisse ont causé un amenuisement des recettes d'exportation, ce qui a eu pour effet de réduire les perspectives d'avenir du secteur.

Tableau 2. Nombre total d'entreprises indonésiennes du textile en 1995

Secteur industriel	Nombre d'entreprises
Fabrication de fibres	26
Fils	174
Tissus	986
Vêtements	733
Autres ouvrages de matières textiles	502
Total	2 421

Source : Directorate of Textile Industry, Ministry of Industry and Trade, 1997.

Ces dernières années, le sous-secteur de la fabrication de fibres s'est développé du fait de la disponibilité de matières premières. Ce sous-secteur produit une variété de fibres, en l'occurrence des fibres discontinues de polyester et des fils de filaments, des filaments de nylon, des fibres discontinues de rayonne et des fibres discontinues acryliques, et alimentent ainsi les entreprises en amont du secteur du textile.

Les exportations canadiennes de textile vers l'Indonésie sont relativement modestes, atteignant 7 millions de dollars canadiens en 1995. Le câble de filaments artificiels est le premier produit canadien d'exportation, lequel a contribué pour près de 80 % des exportations canadiennes vers ce marché.

Tableau 3. Importations indonésiennes de textiles (en dollars canadiens)

	1994	1995
Canada	3 893 229	7 018 698
États-Unis	322 452 713	497 927 501
Monde	2 356 288 996	2 581 494 921

Source : Indonesian Textile Association, *Facts and Figures No. 24/96*

Pour les exportateurs canadiens, les matières premières constituent un autre débouché. Voici une liste des fils textiles importés par l'Indonésie et pour lesquels il devrait y avoir une demande au cours des prochaines années :

- ! Nappes tramées pour pneumatiques obtenues à partir de fil à haute ténacité de nylon (SH5902);
- ! Fils texturés de polyesters (SH5402);

- ! Fils retors de moins de 67 décitex d'acétate de cellulose (SH5403);
- ! Fils à coudre contenant de plus de 85 % de fibres discontinues synthétiques (SH5206);
- ! Fils simples de viscose contenant plus de 85 % de fibres discontinues artificielles (SH5510);
- ! Fils de rayonne viscose, sans torsion ou d'une torsion n'excédant pas 120 tours par mètre (SH5403).

Il y a des fils spéciaux qui ne sont pas fabriqués en Indonésie en raison de la faiblesse de la rentabilité et des économies d'échelle. Ces fils sont utilisés surtout pour les étoffes tissées ou tricotées de haute qualité, douces et délicates. Les autres fils spéciaux pour lesquels il pourrait y avoir une demande sont les microfilaments, les fils mélange et les fils de coton longues fibres.

Tableau 4. Valeur totale du marché indonésien des importations en 1995 (en dollars canadiens)

Pays	Valeur	Part de marché (%)
Corée	516 833 098	20,0
États-Unis	497 927 501	19,3
Taiwan	359 485 403	13,9
Japon	247 128 224	9,6
Australie	217 080 426	8,4
Chine	85 717 931	3,3
Hong-Kong	75 037 146	2,9
Allemagne	57 655 316	2,2
Thaïlande	27 425 996	1,1
Canada	7 018 698	0,3

Source : Indonesian Textile Association, *Facts and Figures No. 24/96*

CLIENTS DU SECTEUR PRIVÉ ET CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Circuits de distribution

La loi indonésienne exige que les entreprises canadiennes désignent un agent ou un partenaire au pays pour toute activité de commercialisation parce que les activités d'importation, d'exportation, de vente en gros et de vente au détail sont réservées exclusivement aux entreprises indonésiennes. La seule exception à cette règle est que les investisseurs étrangers peuvent importer des matières premières à utiliser dans la fabrication, mais il leur est interdit de distribuer leur produit sur le marché indonésien.

Les entreprises étrangères peuvent établir un bureau de représentation en Indonésie avec l'autorisation du ministère du Commerce. Le représentant peut être un Indonésien, une entreprise indonésienne ou un ressortissant étranger. Il n'est cependant permis d'ouvrir qu'un seul bureau commercial. Les représentants ne sont pas autorisés à se lancer dans la vente directe, mais peuvent cependant exercer des activités de promotion de vente et de marketing, réaliser des études de marché et offrir des conseils techniques. Dans bon nombre de cas, des bureaux de représentation d'entreprises étrangères ont établi des liens étroits avec des importateurs indonésiens, de sorte que les deux entreprises pouvaient en pratique fonctionner comme si elles formaient une seule entité, l'entreprise indonésienne agissant à titre de distributeur et l'entreprise étrangère faisant la promotion des produits et assurant le soutien technique.

Une autre option consiste à recruter un agent commercial indonésien. Les services d'un agent dynamique constituent un moyen important d'accroître les ventes en Indonésie. Pour des raisons pratiques, les entreprises ont constaté qu'il est primordial de retenir les services d'un agent local pour faire des affaires en Indonésie, car celles qui réussissent le mieux ont un bon réseau de contacts parmi les hauts responsables et les décideurs. La principale différence entre un agent et un bureau de représentation est que le premier est autorisé à exercer toutes les activités commerciales et à établir plusieurs bureaux en Indonésie.

Une autre façon de pénétrer dans le marché indonésien consiste à former une coentreprise. Depuis 1994, les règles concernant les coentreprises ont été assouplies pour accroître la participation étrangère, ce qui permet à une entreprise de contrôler davantage ses produits. Si une entreprise prévoit recourir à cette stratégie pour entrer dans le marché, le choix d'un partenaire indonésien en vue de former une coentreprise est une décision très importante. D'une part, on peut compter sur un partenaire indonésien pour fournir des renseignements sur la scène locale et les contacts, élément important pour réussir en affaires dans ce pays. D'autre part, comme il est très difficile de dissoudre un partenariat en Indonésie, il faut s'assurer que le choix du partenaire est le bon.

Le succès des exportateurs en Indonésie dépend s'ils parviennent à convaincre les clients potentiels de leur engagement à long terme et de la compétitivité des prix de leurs produits. Cela signifie qu'il faut effectuer une série de visites régulières auprès des clients potentiels pour nouer des rapports personnels. En outre, une entreprise pourrait envisager la possibilité d'entreprendre d'abord de petits travaux peu payants pour se familiariser avec les rouages du marché et accroître sa présence en Indonésie. Le service à la clientèle est un élément décisif de la pénétration d'un produit sur le marché. Les entreprises étrangères éprouvent de la difficulté à offrir ce service en raison du coût et des déplacements exigés. Cependant, si un client indonésien est certain d'obtenir rapidement un service après-vente et de l'aide, l'entreprise peut s'attendre à recevoir un bon appui au pays.

CLIENTS DU SECTEUR PUBLIC

Organisations gouvernementales

Les entreprises qui souhaitent faire une offre sur un marché de la Banque asiatique de développement (BAD) doivent s'inscrire auprès de l'Unité de liaison de la BAD de la section commerciale de l'Ambassade du Canada à Manille, aux Philippines. Les agents de la Banque asiatique de développement consultent ce registre lorsqu'ils dressent la liste des différents projets.

Il peut être utile de s'abonner à la publication de la Banque asiatique de développement intitulée *Business Opportunities*. Cette revue mensuelle contient des renseignements sur les projets à venir pour lesquels il sera possible d'obtenir des prêts et de l'aide technique.

FACTEURS À CONSIDÉRER POUR ACCÉDER AU MARCHÉ

Règlements en matière d'importation

Le droit à l'importation est calculé en fonction du prix réel contenu dans le rapport d'expertise et il est évalué selon le système harmonisé (code SH). Le droit est fondé sur la valeur CAF ou sur le poids ou le volume net réel, et ce prix est vérifié par l'expert qui le compare au prix moyen exigé dans le pays d'origine.

Les fabricants peuvent importer librement des matières. Le fil écru est cependant assujéti à un droit à l'importation de 15 % plus une TVA de 10 %, et le fil fini est assujéti à un droit à l'importation de 20 % plus une TVA.

Normes, certificats et enregistrements locaux

Le 1^{er} avril 1997, de nouvelles formalités douanières ont remplacé l'examen auquel procédait, depuis le milieu de l'année 1985, une entreprise privée d'inspection, la Société Générale de Surveillance (SGS), et une société d'État, la PT Surveyor Indonesia, avant l'expédition des marchandises.

Le directeur général des Douanes et Accise est de nouveau responsable de l'inspection et a mis en oeuvre de nouvelles formalités douanières qui exigent l'autocotisation des droits et taxes à l'importation par les importateurs, l'inspection sélective à l'arrivée et la vérification après la main-levée. Le système accuse actuellement des retards et des ratés, les importateurs, les banques et les courtiers en douane devant s'adapter aux nouvelles formules de déclaration des douanes et aux exigences d'un nouveau système d'échange de données informatisées (EDI).

Exigences relatives aux visas

Les gens d'affaires canadiens en visite doivent obtenir un visa ouvert à leur arrivée en Indonésie. Ils doivent avoir en leur possession un billet d'avion de retour et ne peuvent pas demeurer au pays plus de deux mois. Le visa ouvert est réservé aux visiteurs d'affaires qui étudient les possibilités d'investissement et les débouchés commerciaux et qui prennent part à des entretiens d'affaires.

Le visa d'affaires ordinaire est obligatoire pour tous les visiteurs d'affaires qui concluent des transactions commerciales ou fournissent des services professionnels ou techniques. Ce visa est valable pour 35 jours et on peut l'obtenir de l'Ambassade de l'Indonésie au Canada.

Langues

Il y a au moins 250 langues locales et dialectes qui sont parlées en Indonésie, mais la langue officielle du pays est l'indonésien, qui est compris par la majorité de la population. L'anglais est parlé par les gens d'affaires qui ont de fréquents contacts internationaux.

ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

Tableau 5. Foires commerciales

Activité/Lieu	Organisateur
BANDUNG TEX Bandung International Textile and Garment Machinery Husein Sastranegara Airforce Base Bandung, Indonésie Prochaine foire : Du 3 au 7 juillet 1997 Foire internationale annuelle pour les négociants et le public, où sont exposés des machines et des accessoires pour textiles et vêtements.	PT Peraga Nusantara Jaya Sakti Jl.P Jayakarta 141, Blok B/9 Jakarta 10730, Indonésie Téléphone : (62-21) 649-3717, 649-3727 Télécopieur : (62-21) 639-0062
INDO TEXTILE Husein Sastranegara Airforce Base Bandung, Indonésie Prochaine foire : du 4 au 7 juillet 1997 Foire internationale annuelle pour les négociants et le public, où sont exposés textiles, habillement, étoffes, sous-vêtements, textiles de maisons et accessoires.	PT Peraga Nusantara Jaya Sakti Jl.P Jayakarta 141, Blok B/9 Jakarta 10730, Indonésie Téléphone : (62-21) 649-3717, 649-3727 Télécopieur : (62-21) 639-0062

PRINCIPAUX CONTACTS ET SERVICES DE SOUTIEN

Associations sectorielles et professionnelles

Asosiasi Pertekstilan Indonesia - API
(Association indonésienne du textile)
Adigraha Building, 16th Floor
Jl. Jendral Gatot Subroto
Jakarta, Indonésie
Téléphone : (62-21) 527-2171
Télécopieur : (62-21) 527-2166

Asosiasi Produsen Synthetic Fiber Indonesia -
APSyFI
(Association indonésienne des fabricants de
fibres synthétiques)
Jl. Raya Kebayoran Lama No. 33
Jakarta Selatan, Indonésie
Téléphone : (62-21) 530-5414/5415
Télécopieur : (62-21) 530-5415
(APSyFI publie une publication mensuelle intitulée
« ISF ».)

Asosiasi Sektorial Kebersamaan Pemintalan -
SEKBERTAL
(Association du secteur de la filature)
Jl. Iskandarsyah II No. 90
Jakarta Selatan, Indonésie
Téléphone : (62-21) 720-6163
Télécopieur : (62-21) 725-1087

Federation of Indonesian Textile Industries - FITI
Jl. Iskandarsyah II No. 90
Jakarta Selatan, Indonésie
Téléphone : (62-21) 720-6163
Télécopieur : (62-21) 725-1087

Indonesian Chamber of Commerce and Industry
Textiles Department
Chandra Building, Jl. MH Thamrin 20
Jakarta 10350, Indonésie
Téléphone : (62-21) 310-1885/1885
Télécopieur : (62-21) 315-0241/4549

Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN)
(Chambre de commerce et de l'industrie de
l'Indonésie)
Jl. M. H. Thamrin 20
Jakarta Pusat, Indonésie
Téléphone : (62-21) 310-1885/1885
Télécopieur : (62-21) 315-0241/4549

Gabungan Importir Nasional Seluruh Indonesia
(GINSI)
(Association des importateurs indonésiens)
Bank Niaga Building, 1st Floor
Jl. MH Thamrin No. 55
Jakarta 10350, Indonésie
Téléphone : (62-21) 391-1057/1058/1059
Télécopieur : (62-21) 391-1060

Indonesia Canada Chamber of Commerce (ICCC)
c/o P. T. Budhi Nusa
Djajanti Plaza, 6th Floor
Jalan H. Fachrudin No. 19
Jakarta 10250, Indonésie
Téléphone : (62-21) 390-7001
Télécopieur : (62-21) 390-8863

Institutions financières canadiennes et internationales

Il n'y a aucune banque canadienne en Indonésie. De grandes banques canadiennes ont cependant des liens bien établis avec des institutions indonésiennes par l'entremise de bureaux régionaux à Singapour, et jouent un rôle important dans le financement commercial à court terme à l'appui des exportations.

Banque asiatique de développement
BRI II Building, 7th Floor, Suite 506
JI Jendral Sudirman Kav. 44-46
Jakarta, Indonésie
Téléphone : (62-21) 251-2721
Télécopieur : (62-21) 251-2749

Banque asiatique de développement
Consulting services Division
6 ADB Avenue
Mandaluyong, Metro Manille
Manille, Philippines 1401
Téléphone : (632) 632-4444
Télécopieur : (632) 636-2444
(Pour s'abonner à la revue *Business Opportunities* de la Banque asiatique de développement, communiquer avec le Bureau des abonnements et de l'information, à l'adresse précédente.)
Coût d'abonnement : 100 \$ US pour 12 mois;
160 \$ US pour 24 mois.)

Contacts au sein du gouvernement de l'Indonésie

Ambassade de l'Indonésie au Canada
287, rue MacLaren
Ottawa (Ontario) K2P 0L9
Téléphone : (613) 236-7403
Télécopieur : (613) 232-0635

Department of Industry and Trade
Director General of International Trade
Jl. Moh. Ridwan Rais No. 5
Jakarta Pusat, Indonésie
Téléphone : (62-21) 386-0940
Télécopieur : (62-21) 385-8191

Directorate for Textile Industry
Directorate General for Multivarious Industries
Ministry of Industry and Trade
Jl. Jendral Gatot Subroto 52-53
Téléphone : (62-21) 525-4042
Télécopieur : (62-21) 527-3616

Répertoires des agents et des distributeurs

On peut trouver des renseignements sur les agents et les distributeurs dans les publications suivantes :

Directory on Indonesian State-Owned Companies
(BUMN)
S'adresser à : PT Capricorn Indonesia Consult
Inc.

(CIC Consulting Group)
Jalan Raden Saleh No. 46
Jakarta 10330, Indonésie
Téléphone : (62-21) 314-7433, 314-7434

Télécopieur : (62-21) 310-1505, 310-3488

Prix : 400 \$ US

Dans cette publication, on trouve une description des activités qu'exercent des sociétés d'État (BUMN) autorisées à importer des produits réglementés.

Investment Coordinating Board (BKPM)

S'adresser au : Bureau of Domestic Promotion

Jalan Jenderal Gatot Subroto Kav 44

Jakarta Selatan, Indonésie

Téléphone : (62-21) 525-5284

Télécopieur : (62-21) 525-4945

Publications : *Guide for Investment, Regulations on Foreign Direct Investment, Investment Procedures In Indonesia*. (Gratuites)

Standard Trade and Industry Directory of Indonesia

S'adresser à : Kompas Indonesia (KOMPASSINDO)

Jalan Hayam Wuruk 4 SX-TX

P.O. Box 4556

Jakarta 10045, Indonésie

Téléphone : (62-21) 380-1909, 231-2121

Télécopieur : (62-21) 384-5058

Prix : 175 \$ US

Importateurs/Distributeurs

P.T. Dua Mutiara

Lippo Plaza Building, 17th Floor

Jl. Jendral Sudirman Kav. 25

Jakarta Pusat, Indonésie

Téléphone : (62-21) 520-2188

Télécopieur : (62-21) 520-3488

Entreprise fondée en 1980

Nombre d'employés : 25

Branche d'activité : textiles

C.V. Kunci Kencana

Cendrawasih Building, Blok C/24

Jl. P. Jayakarta 141

Jakarta Pusat, Indonésie

Téléphone : (62-21) 600-8647

Télécopieur : (62-21) 629-5667

Entreprise fondée en 1990

Nombre d'employés : 20

Branche d'activité : fils

P.T. Gokak Indonesia

Kodel House, 8th Floor

Jl. H.R. Rasuna Said Kav. B-4

Jakarta Selatan, Indonésie

Téléphone : (62-21) 522-1458

Télécopieur : (62-21) 522-1515

Entreprise fondée en 1985

Nombre d'employés : 150

Branche d'activité : vêtement confectionné, fils.

Gomenzo Textiles

Blok M PLaza, Level IV, Unit 436

Jl. Bulungan Raya 76

Jakarta 12160, Indonésie

Téléphone : (62-21) 720-9325

Télécopieur : (62-21) 720-9326

Entreprise fondée en 1990

Nombre d'employés : 20

Branche d'activité : fils

P.T. Milestone Superindo Garment

Ketapang Indah Comp. Blk B-1/12A-24

Jl. Zainul Arifin
Jakarta 11140, Indonésie
Téléphone : (62-21) 629-8827
Télécopieur : (62-21) 649-4247
Entreprise fondée en 1980
Nombre d'employés : 100
Branche d'activité : fils, tissus et morceaux de
tissus.

Contacts au sein de l'Administration canadienne

Ambassade du Canada en Indonésie

Adresse civique :
5th Floor, Wisma Metropolitan 1
Jalan Jendral Sudirman Kav 29,
Jakarta 12920, Indonésie

Adresse postale :

P.O. Box 8324 / JKS.MP
Jakarta 12084, Indonésie
Téléphone : (62-21) 525-0709
Télécopieur : (62-21) 571-2251/570-1494

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction de l'Asie du Sud-Est (PSE)
125, promenade Sussex
Ottawa K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-8187
Télécopieur : (613) 944-1604

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Division des renseignements sur les marchés
(TBS)

125, promenade Sussex
Ottawa K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-3535
Télécopieur : (613) 943-8820

Agence canadienne de développement international (ACDI)

200, promenade du Portage
Hull (Québec) J8X 4B7
Téléphone : (819) 997-5456
Télécopieur : (819) 953-5469

Société pour l'expansion des exportations

151, rue O'Connor
Ottawa K1A 9Z9
Téléphone : (613) 598-2992
Télécopieur : (613) 598-3098

APPRÉCIATION DU LECTEUR

Veuillez aider le Centre des études de marché d'Équipe Canada à produire des rapports qui répondent à vos besoins en remplissant le formulaire d'évaluation ci-joint et en nous le retournant par télécopieur, au (613) 943-1103. Merci de votre précieuse collaboration.

1. Comment avez-vous obtenu un exemplaire de ce rapport de marché?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> FaxLink de l'InfoCentre | <input type="checkbox"/> Site www du gouvernement |
| <input type="checkbox"/> Service de rend. de l'InfoCentre | <input type="checkbox"/> Autre : _____ |
| <input type="checkbox"/> Bureau régional du gouvernement | |

2. Comment décririez-vous le présent rapport de marché?

	Tout à fait d'accord	d'accord	Pas d'opinion	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
Utile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Complet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bien présenté	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bien rédigé	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Longueur idéale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Sous quelle forme préférez-vous recevoir ces rapports?

- | | |
|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Imprimé | <input type="checkbox"/> Version électronique |
|----------------------------------|---|

4. En se fondant sur les renseignements contenus dans le présent rapport, quelles mesures particulières votre entreprise prévoit-elle de prendre en ce qui concerne ce marché? Cochez toutes les rubriques qui s'appliquent.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Chercher un agent/distributeur | <input type="checkbox"/> Contacter un bureau commercial du Canada à l'étranger |
| <input type="checkbox"/> Visiter le marché | <input type="checkbox"/> Participer à un salon commercial à l'étranger |
| <input type="checkbox"/> Faire plus de recherche | <input type="checkbox"/> Rien |
| <input type="checkbox"/> Autre : _____ | |

5. Quels autres rapports de marché seraient utiles à votre entreprise? Veuillez énumérer les produits et les pays sur lesquels vous aimeriez qu'ils portent. _____

6. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre organisation? Cochez une case seulement.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Fabrication/transformation | <input type="checkbox"/> Organisme gouvernemental |
| <input type="checkbox"/> Maison de commerce | <input type="checkbox"/> Étudiant/université |
| <input type="checkbox"/> Fournisseur de services d'exportation | <input type="checkbox"/> Consultant |
| <input type="checkbox"/> Association industrielle/commerciale | <input type="checkbox"/> Autre : _____ |

7. Quel était le chiffre d'affaires de votre organisation l'an dernier, en dollars canadiens?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Moins de 10 millions | <input type="checkbox"/> De 10 millions à 50 millions |
| <input type="checkbox"/> Plus de 50 millions | <input type="checkbox"/> Sans objet |

Autres commentaires/suggestions : _____

FACULTATIF — Nom de votre organisation : _____